

Analysis Of Customer Satisfaction Level Towards Service At The Enoysnoofficial Store Using The Customer Satisfaction Index Method

Ahmad Zaini¹⁾, Azahari²⁾, dan Hanifah Ekawati³⁾

Sistem Informasi, STMIK Widya Cipta Dharma

Jl. M. Yamin No. 25, Samarinda, Kalimantan Timur, 75123

E-mail: ahmadzini79@gmail.com¹⁾, azahari@wicida.ac.id²⁾, hanifah@wicida.ac.id³⁾

ABSTRACT

Study This aiming For analyze level satisfaction customer to service at Enoysnoofficial Store, which focuses on needs customer in category equipment mother and child. The subjects of the study were active customers or consumers who had made transactions at this store, with data collection conducted during December 2024 to January 2025. This study was conducted to answer the store's needs in understanding the level of customer satisfaction which plays an important role in creating loyalty and maintaining competitiveness in the online market.

The research method includes distributing online questionnaires through Google Form, direct observation to the store, and interviews with store owners. This study applies validity test analysis and reliability test and then calculated by the Customer Satisfaction Index (CSI) method then the software used is SPSS 25 from these results can show the main service attributes that affect customer satisfaction, such as reliability, responsiveness, and assurance.

The result of the analysis of the level of customer satisfaction of the enoysnoofficial shop on the service of the shop with the CSI method is very satisfied where the result is 93.68%. The results of this study provide strategic recommendations to Enoysnoofficial Stores to improve service quality, focusing on the priority attributes identified. The findings can be a reference for other studies that focus on evaluating customer satisfaction in the e-commerce sector.

Keywords: *Satisfaction Level , Customer Satisfaction Index.*

Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Pada Toko Enoysnoofficial Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di Toko Enoysnoofficial, yang berfokus pada kebutuhan pelanggan dalam kategori perlengkapan ibu dan anak. Subjek penelitian adalah pelanggan atau konsumen aktif yang telah bertransaksi di toko ini, dengan pengumpulan data dilakukan selama Desember 2024 hingga Januari 2025. Penelitian ini dilakukan untuk menjawab kebutuhan toko dalam memahami tingkat kepuasan pelanggan yang berperan penting dalam menciptakan loyalitas dan mempertahankan daya saing di pasar online.

Metode penelitian mencakup penyebaran kuesioner online melalui Google Form, observasi langsung ke toko, serta wawancara dengan pemilik toko. Studi ini menerapkan analisis uji validitas dan uji reabilitas kemudian dihitung dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) kemudian software yang digunakan yaitu SPSS 25 dari hasil tersebut dapat menunjukkan atribut-atribut pelayanan utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti keandalan, daya tanggap, dan jaminan.

Hasil dari analisis tingkat kepuasan pelanggan toko enoysnofficial terhadap pelayanan dari pihak toko dengan metode CSI adalah sangat puas di mana memperoleh hasil sebesar 93,68%. Hasil penelitian ini memberikan rekomendasi strategis kepada Toko Enoysnofficial untuk meningkatkan kualitas pelayanan, dengan fokus pada atribut-atribut prioritas yang diidentifikasi. Temuan dapat menjadi referensi bagi penelitian lain yang berfokus pada evaluasi kepuasan pelanggan di sektor e-commerce.

Kata Kunci: Tingkat Kepuasan, Customer Satisfaction Index

1. PENDAHULUAN

Analisis kepuasan adalah proses mengukur seberapa puas pelanggan terhadap suatu produk atau layanan. Singkatnya, kepuasan merupakan hasil penilaian yang menunjukkan apakah produk atau layanan tersebut berhasil memenuhi ekspektasi pelanggan, sehingga tingkat kepuasan bisa berupa puas atau tidak puas.

Toko Enoysnofficial beralamatkan di Jalan A.M. Sangaji, Bandara, Kota Samarinda. Toko Enoysnofficial adalah usaha yang berfokus pada penjualan produk ibu dan anak, toko ini bergerak pada bidang e-commerce, perlu memastikan bahwasannya pelayanan dapat memenuhi harapan pelanggan guna menciptakan pengalaman berbelanja yang memuaskan.

Masalah pada penelitian ini yaitu belum adanya kritik maupun saran dari pelanggan atau konsumen mengenai kepuasan pelayanan pada toko Enoysnofficial. Kepuasan pelanggan sangat penting karena berperan langsung dalam menciptakan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya akan berdampak positif pada reputasi dan pendapatan toko. Dengan adanya banyak pilihan di pasar online, pelanggan yang tidak puas dengan layanan suatu toko dapat dengan mudah beralih ke kompetitor.

Dengan menganalisis tingkat kepuasan terhadap pelayanan ini bertujuan dapat memberikan solusi untuk meningkatkan kinerja pada toko Enoysnofficial kedepannya. Data akan dikumpulkan melalui kuesioner online yang akan dikirimkan kepada pelanggan dan dianalisis dengan Statistical Package For The Social Sciences (SPSS). Metode Customer Satisfaction Index (CSI) akan diterapkan untuk mengidentifikasi prioritas berdasarkan respon pelanggan terhadap pelayanan toko Enoysnofficial.

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi dalam upaya meningkatkan kualitas layanan di masa depan. Karenanya, peneliti tertarik untuk mengkaji "Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Pada Toko Enoysnofficial Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index."

2. RUANG LINGKUP

Dalam penelitian ini permasalahan mencakup:

1. Cakupan permasalahan

Cakupan permasalahan yang dapat dipaparkan dalam penelitian ini dapat yaitu bagaimana melakukan Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Pada Toko Enoysnofficial Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index ?

2. Batasan-batasan penelitian

Batasan-batasan masalah dalam penelitian ini agar tidak menyimpang dari penelitian yaitu sebagai berikut:

- Populasi penelitian adalah pengikut akun Instagram @Enoysnofficial.
 - Menggunakan SPSS 25 sebagai alat bantu perhitungan.
 - Berfokus kepada kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pada toko Enoysnofficial.
- ### 3. Rencana hasil yang didapatkan
- Berdasarkan permasalahan tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:
- Mengetahui tingkat kepuasan terhadap pelayanan pada toko Enoysnofficial.
 - Mengetahui bagaimana penggunaan metode Customer Satisfaction Index pada toko Enoysnofficial.
 - Memberikan rekomendasi perbaikan pelayanan berdasarkan hasil analisis kepuasan pelanggan.

3. BAHAN DAN METODE

Sebagai landasan dilakukannya penelitian ini, maka perlu dikembangkan teori-teori yang berhubungan dengan tingkat kepuasan, kualitas pelayanan, dan Customer Satisfaction Index (CSI).

3.1 Tingkat Kepuasan

Menurut Suriadi dkk (2024), Kepuasan konsumen sangat penting bagi setiap bisnis atau usaha untuk meningkatkan penjualan produk. Kepuasan konsumen mendorong mereka untuk membeli produk lebih sering. Dengan tercapainya tingkat kepuasan yang optimal, kepuasan konsumen akan semakin meningkat.

3.2 Kualitas Pelayanan

Menurut Stefani (2024), kualitas pelayanan merupakan suatu kemampuan penyedia layanan dalam memberikan pelayanan kepada pengguna barang atau jasa. Istilah ini, yang sering disebut service quality, merujuk kepada sikap yang terbentuk dari perbandingan antara harapan konsumen terhadap mutu layanan dengan persepsi mereka terhadap kinerja yang diberikan oleh perusahaan.

3.3 Customer Satisfaction Index (CSI)

Menurut Setiawan dkk (2022), CSI adalah metode untuk mengukur beberapa jumlah konsumen yang puas

dalam pelayanan yang diberikan berdasarkan pada indikator tersebut. CSI juga membantu peneliti dalam mengidentifikasi hasil level kepuasan konsumen berdasarkan kinerja berupa produk atau jasa untuk memuaskan keinginan konsumen.

3.4 Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk mendapatkan dan menganalisa data melakukan dalam perhitungan Customer Satisfaction Index.

3.4.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di toko Enoysnofficial di jalan A. M. Sangaji, Bandara, Kota Samarinda. Penelitian ini dilaksanakan selama 3 bulan sejak 1 Januari 2025 sampai dengan selesainya penelitian ini dilaksanakan.

3.4.2 Populasi dan Sampel

Dalam hal ini peneliti akan menentukan populasi dan sampel untuk membantu proses penelitian ini.

3.4.2.1 Populasi

Populasi yang menjadi fokus penelitian ini adalah pengikut akun Instagram dari toko Enoysnofficial. Jumlah akun dalam populasi ini tercatat sebanyak 100 orang.

3.4.2.2 Sampel

Penelitian ini menggunakan metode sampel acak sederhana (simple random sampling) untuk memilih responden dari populasi pengikut akun Instagram dari toko Enoysnofficial. Dalam metode ini, setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi bagian dari sampel penelitian. Untuk menentukan ukuran sampel, digunakan rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Di mana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi (13.000 akun)

e = margin of error (10% atau 0,1)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Akan mengumpulkan data dari dua sumber utama responden kuesioner dan observasi.

3.5.1 Kuesioner (pemberian angket)

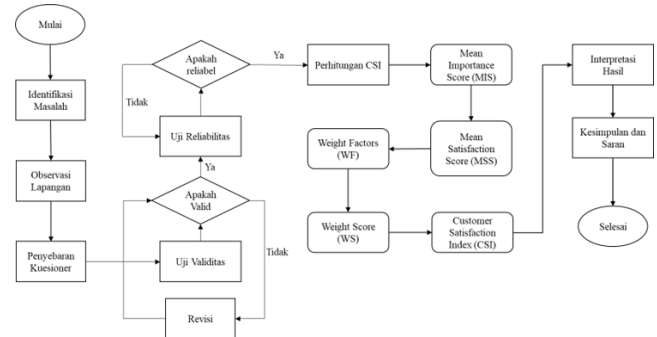
Teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama didalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang ada.

3.5.2 Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung di lapangan terhadap pelayanan pemilik toko kepada pelanggan.

3.6 Diagram Alir Penelitian

Alur penelitian ini digunakan sebagai pedoman penulis dalam melaksanakan penelitian ini agar berhasil yang dicapai tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditentukan sebelumnya berikut bisa dilihat pada gambar 3.1.



Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian

3.6.1 Identifikasi Masalah

Studi ini bertujuan mengidentifikasi permasalahan dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan toko Enoysnofficial, yang kemudian dianalisis menggunakan metode CSI untuk mengetahui sejauh mana pelanggan merasa puas terhadap pelayanan toko.

3.6.2 Observasi Lapangan

Pada tahap ini, peneliti melakukan observasi langsung ke toko Enoysnofficial dan mewawancarai pemiliknya.

3.6.3 Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner yang dilakukan ini melalui google form yang mengambil populasi dari pengikut akun instagram Enoysnofficial yang berjumlah 100 pelanggan atau pengguna akun instagram. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik accidental sampling untuk melakukan pengambilan sampel, yang dimana accidental sampling ialah sampel yang dipilih secara spontan atau kebetulan tanpa rencana atau kriteria yang diinginkan.

3.6.4 Uji Validitas

Pada tahap ini validitas berfungsi sebagai alat ukur penelitian yang dilakukan pengujian awal pada data kuesioner apabila sesuai akan dikatakan valid. Syarat alat ukur bersifat valid adalah nilai r hitung > t tabel atau dari nilai probabilitas jika sig < 0,05 maka valid. Uji validitas bertujuan untuk mengukur ketepatan setiap pertanyaan yang diberikan. Dalam penelitian ini, nilai r hitung diperoleh menggunakan SPSS.

3.6.5 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berfungsi sebagai alat untuk mengukur konsistensi penelitian dan dilakukan dengan berbagai cara. Studi ini menggunakan metode Cronbach Alpha, dengan alat ukur dinyatakan reliabel jika alpha > 0,60.

Kuesioner dianggap reliabel jika $r\text{-hasil} > r\text{-tabel}$. Semakin tinggi nilai alpha, semakin tinggi reliabilitasnya. Perhitungan reliabilitas dilakukan menggunakan SPSS.

3.6.6 Perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI)

Analisis ini bertujuan mengukur kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di toko Enoysnofficial. Dan terdapat dua variabel yaitu kepuasan dan pelayanan untuk mempermudah peneliti dalam menuangkan ke dalam rumus. Mulai dari perhitungan Mean Importance Score (MIS), Mean Satisfaction Score (MSS), Weight Factors (WF), Weight Score (WS), dan hasil Customer Satisfaction Index (CSI).

3.6.7 Interpretasi Hasil

Dari hasil perhitungan rumus Customer Satisfaction Index peneliti akan menjelaskan secara detail hasil yang diperoleh dan menginterpretasikan hasil data-data tersebut.

3.6.8 Kesimpulan dan Saran

Langkah akhir adalah menyusun kesimpulan dari hasil analisis data dan memberikan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, khususnya bagi toko Enoysnofficial.

4. PEMBAHASAN

Bagian ini menampilkan pengujian hasil kuesioner yang diisi oleh pelanggan dari toko Enoysnofficial.

Kuesioner disebarakan kepada 100 responden yang relevan untuk mengumpulkan data mengenai tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pada toko Enoysnofficial, dengan distribusi responden terdiri dari 80 perempuan dan 20 laki-laki. Data yang diperoleh dari kuesioner diolah dan dianalisis untuk memastikan validitas dan reliabilitasnya, dimana kedua variabel dengan semua item kuesioner valid dengan nilai pearson correlation lebih besar dari r tabel (0.296) dan nilai Croncbah's Alpha variabel pelayanan sebesar 0.958 dan variabel kepuasan sebesar 0.942 menunjukkan bahwa item kuesioner reliabel.

Hasil perhitungan customer satisfaction index per indikator memiliki hasil dengan indikator tangibles memperoleh hasil sebesar 91.32%, indikator reliability memperoleh hasil sebesar 92.38%, indikator responsiveness memperoleh hasil sebesar 93.79%, indikator assurance memperoleh hasil sebesar 92.84%, dan indikator emphyaty memperoleh hasil sebesar 92.98%.

Hasil perhitungan customer satisfaction index keseluruhan mendapatkan hasil sebesar pada tingkat kepuasan pelanggan adalah sebesar 92.68%. Jika didasarkan pada tingkat kepuasan CSI berada pada *range* 81% - 100%. Sehingga dapat dikatakan bahwa secara umum indeks kepuasan pelanggan pada toko Enoysnofficial dengan atribut-atribut yang diuji adalah kriteria sangat puas.

4.1 Penyebaran Kuesioner

Kuesioner disebarakan kepada 100 responden yang relevan untuk mengumpulkan data mengenai kepuasan terhadap pelayanan pada toko Enoysnofficial. Berikut distribusi deskripsi responden:

Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah
1	IRT	37
2	Swasta	24
3	Mahasiswa	20
4	Wirausaha	8
5	Honoror	4
6	PNS	4
7	Pengajar	3
Total		100

Berdasarkan karakteristik responden pada Tabel 4.1, terlihat bahwa jumlah responden dari pekerjaan IRT berjumlah 37 orang, swasta 24 orang, mahasiswa 20 orang, wirausaha 8 orang, honoror 4 orang, PNS 4 orang, dan pengajar 3 orang.

Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Perempuan	80
2	Laki-laki	20
Total		100

Berdasarkan karakteristik responden pada Tabel 4.2, menunjukkan bahwa jumlah responden dominan perempuan sebanyak 80 orang dan laki-laki 20 orang.

4.2 Pengolahan Data

Setelah kuesioner dikumpulkan, data yang diperoleh dan dianalisis untuk memastikan validitas dan reliabilitasnya

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan (X)

No. Item	Person Correlation	R tabel 10% (32) Df = 32-2	Sig.	Keterangan
KN_1	0,552	0.296	0,000	Valid
KN_2	0,449	0.296	0,000	Valid
KN_3	0,647	0.296	0,000	Valid
KN_4	0,645	0.296	0,000	Valid
KN_5	0,745	0.296	0,000	Valid
KN_6	0,710	0.296	0,000	Valid
KN_7	0,706	0.296	0,000	Valid
KN_8	0,792	0.296	0,000	Valid
KN_9	0,851	0.296	0,000	Valid
KN_10	0,744	0.296	0,000	Valid
KN_11	0,851	0.296	0,000	Valid
KN_12	0,826	0.296	0,000	Valid
KN_13	0,820	0.296	0,000	Valid
KN_14	0,808	0.296	0,000	Valid
KN_15	0,870	0.296	0,000	Valid

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.3, hasil nilai person correlation lebih besar dan hasil positif dari nilai r tabel (0,296)

maka uji validitas dari 15 pertanyaan untuk variabel kepuasan pada kuesioner dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid.

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan (Y)

No. Item	Person Correlation	R tabel 10% (32) Df = 32-2	Sig.	Keterang an
KN_1	0,660	0.296	0,000	Valid
KN_2	0,695	0.296	0,000	Valid
KN_3	0,786	0.296	0,000	Valid
KN_4	0,832	0.296	0,000	Valid
KN_5	0,792	0.296	0,000	Valid
KN_6	0,810	0.296	0,000	Valid
KN_7	0,861	0.296	0,000	Valid
KN_8	0,798	0.296	0,000	Valid
KN_9	0,670	0.296	0,000	Valid
KN_10	0,690	0.296	0,000	Valid
KN_11	0,841	0.296	0,000	Valid
KN_12	0,835	0.296	0,000	Valid
KN_13	0,735	0.296	0,000	Valid
KN_14	0,851	0.296	0,000	Valid
KN_15	0,851	0.296	0,000	Valid

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.4, hasil nilai person correlation lebih besar dan hasil positif dari nilai r tabel (0,296) maka uji validitas dari 15 pertanyaan untuk variabel pelayanan pada kuesioner dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid.

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	N	Koefisien Cronbach's Alpha	Keterangan
Kepuasan (X)	15	0,942	Reliabel
Pelayanan (Y)	15	0,958	Reliabel

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS 25

Berdasarkan 4.5, dinyatakan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* menunjukkan hasil dari uji reliabilitas pada variabel kepuasan (X) dengan 0,942 dan variabel pelayanan (Y) 0,958 lebih besar dari 0,6. Dalam ketentuan uji reliabilitas, maka semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

4.3 Perhitungan Customer Satisfaction Index Per Indikator

Tabel 4.6 Perhitungan CSI Per Indikator

Indikator	No. Item	Mean Importance Score (MIS)	Mean Satisfaction Score (MSS)	Weight Factor (WF)	Weight Score (WS)
Tangibels (Bukti Fisik)	1	4.51	4.43	33.21	147.12
	2	4.51	4.68	33.21	155.42
	3	4.56	4.59	33.57	154.08
	Total	13.58			456.62
Customer Satisfaction Index (CSI)					91.32%
Reliability	4	4.66	4.72	33.33	157.31

(Keandalan)	5	4.64	4.70	33.19	155.99
	6	4.68	4.44	33.47	148.60
	Total	13.98			461.9
Customer Satisfaction Index (CSI)					92.38%
Responsiveness (Daya tanggap)	7	4.71	4.68	33.93	158.79
	8	4.65	4.72	33.50	158.12
	9	4.52	4.67	32.56	152.05
Assurance (Jaminan)	Total	13.88			468.96
	Customer Satisfaction Index (CSI)				93.79%
	10	4.60	4.71	32.92	155.05
Empathy (Empaty)	11	4.66	4.55	33.35	151.74
	12	4.71	4.67	33.71	157.42
	Total	13.97			464.21
Customer Satisfaction Index (CSI)					92.84%
	13	4.72	4.62	33.54	154.95
	14	4.69	4.63	33.33	154.31
	15	4.66	4.70	33.12	155.66
	Total	14.07			464.92
	Customer Satisfaction Index (CSI)				92.98%

Pengolahan data *Customer Satisfaction Index* (CSI) berdasarkan indikator pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa indikator pertama yaitu *Tangibels* memperoleh hasil CSI sebesar 91,32%, indikator kedua yaitu *Reliability* memperoleh hasil CSI sebesar 92,38%, indikator ketiga yaitu *Responsiveness* memperoleh hasil CSI sebesar 93,79%, indikator keempat yaitu *Assurance* memperoleh hasil CSI sebesar 92,84%, indikator kelima yaitu *Empathy* memperoleh hasil CSI sebesar 92,98.

4.4 Perhitungan Customer Satisfaction Index

Tabel 4.7 Perhitungan CSI Keseluruhan

No Item	MIS (Mean Importance Score)	MSS (Mean Satisfaction Score)	WF (Weight Factor)	WS (Weight Score)
1	4.51	4.43	6.49	28.76
2	4.51	4.68	6.49	30.38
3	4.56	4.59	6.56	30.12
4	4.66	4.72	6.71	31.66
5	4.64	4.70	6.68	31.39
6	4.68	4.44	6.74	29.91
7	4.71	4.68	6.78	31.73
8	4.65	4.72	6.69	31.59
9	4.52	4.67	6.51	30.38
10	4.60	4.71	6.62	31.18
11	4.66	4.55	6.71	30.52
12	4.71	4.67	6.78	31.66
13	4.72	4.62	6.79	31.39
14	4.69	4.63	6.75	31.25
15	4.66	4.70	6.71	31.52
Total MIS = 69.48				Total WS = 463.42 CSI = 92.68%

Berdasarkan tabel 4.7 kriteria tingkat kepuasan pada nilai CSI, diketahui nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) pada tingkat kepuasan pelanggan adalah sebesar 92.68%. Jika didasarkan pada tingkat kepuasan CSI berada pada *range* 81% - 100%. Sehingga dapat dikatakan bahwa secara umum indeks kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pada toko Enoysnoofficial dengan atribut-atribut yang diuji adalah pada kriteria sangat puas.

4.5 Interpretasi Hasil

Nilai kepuasan pelanggan toko Enoysnofficial berdasarkan metode CSI adalah 92,68%, menunjukkan pelayanan sudah sangat memuaskan dan sesuai harapan pelanggan.

Indikator yang mendapatkan nilai paling tinggi adalah indikator responsiveness yang memperoleh hasil 93,79%, dan indikator yang mendapatkan nilai paling rendah adalah indikator Tangibles yang memperoleh hasil 91,32%.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian, analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan :

1. Hasil penelitian analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pada toko Enoysnofficial Dengan Metode CSI adalah sangat puas yang memperoleh hasil sebesar 93,68%.
2. Nilai tertinggi didapatkan pada indikator responsiveness yang memperoleh hasil nilai CSI sebesar 93,79% dan nilai terendah didapatkan pada indikator Tangibles yang memperoleh hasil nilai CSI sebesar 91,32%.
3. Dari hasil tersebut toko Enoysnofficial bisa meningkatkan lagi dari segi kualitas pelayanan untuk memuaskan konsumen yaitu berupa pelayanan yang lebih baik dari sebelumnya, kemudian memperbanyak opsi variasi produk terbaru agar konsumen dapat memilih produk lebih banyak dari yang ditawarkan sebelumnya dari pihak toko kepada konsumen.

6. SARAN

Berdasarkan kesimpulan, peneliti mengajukan beberapa rekomendasi bagi pihak terkait, yaitu:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan bisa digunakan untuk bahan perbandingan dan referensi dengan menggunakan

data tambahan dan memperluas sampel untuk penelitian selanjutnya.

2. Peneliti selanjutnya diharapkan lebih memberikan pemahaman pada kuesioner responden mengenai variabel pelayanan dan variabel kepuasan.

3. Bagi toko Enoysnofficial diharapkan untuk terus menjaga kualitas pelayanan kepada setiap konsumen yang berbelanja ditoko Enoysnofficial. akses database, gangguan kinerja sistem, serta kesalahan saat inisialisasi dan terminasi.

7.REFERENSI

- Setiawan, A. D., Yamani, A. Z., & Winati, F. D. (2022). Pengukuran Kepuasan Konsumen Menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus UMKM Ahul Saleh). *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 1(4), 286–295. <https://doi.org/10.55826/tmit.v1i4.62>
- Stefani, A. M., & Adytia, P. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan Kartu Kuning (AK-1) Berbasis Fuzzy Servqual di Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kutai Barat Analysis Service Quality Yellow Card (AK-1) Based On Fuzzy Servqual at the Manpower and Transmigration Service West Kutai. 28(2), 1–8. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v28i2.0000>
- Suriadi, Sulistyo Budi Utomo, Rendro Laksmono, Rudi Kurniawan, & Loso Judijanto. (2024). Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(1), 507–513. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.1940>